



Eweb site de formatação de conteúdo jornalístico na internet

Guilherme Fadel
João Alfredo Gonçalves
Vinícius Krause
Vinícius Sgarbe

Pontifícia Universidade Católica do Paraná
Orientação Cícero Antônio Lira da Silva

Resumo

O projeto eweb pretende mostrar, baseado em estudos da comunicação e da internet, os elementos que compõem a formatação de conteúdo para web. Recepção, processo produtivo, suportes tecnológicos e linguagem são os principais temas abordados. Três são os métodos de pesquisa utilizados. Pesquisa quantitativa por questionário, entrevistas em profundidade e pesquisa bibliográfica. O projeto aponta aspectos relevantes a serem levados em conta para se criar uma padronização daquilo que é veiculado na web. Isso para facilitar a navegação de um número cada vez maior e mais exigente de receptores e emissores. Como produto que se insere para auxiliar na criação desse padrão, aponta-se para um site. Ele tem modelo corporativo e pretende contar com artigos escritos por profissionais de destaque em cada uma das áreas já citadas.

Palavras-chave

Linguagem; Internet; Tecnologia;

Corpo do trabalho: inserir o texto do corpo do trabalho, usando exclusivamente a fonte *Times New Roman*, em corpo 12, com espaçamento 1,5 entre as linhas, e margens justificadas, incluindo as referências bibliográficas, tabelas e ilustrações.

As citações de mais de 3 linhas devem ser digitadas em corpo 11, com espaçamento simples entre as linhas e destacadas do texto por margem esquerda maior que a do parágrafo; as citações de até três linhas devem integrar o corpo do texto e ser assinaladas entre aspas. Informar (VIEIRA, 2005, p.79).

Os *papers* poderão incluir **mínimos de 05 e máximos de 10 páginas** e 2000 Kbytes. Tabelas e ilustrações devem vir no corpo do texto ou como apêndices, no próprio arquivo do trabalho. Recomenda-se sejam usadas imagens em formato JPG.

Estrutura do corpo do trabalho:

1 INTRODUÇÃO

Este estudo é voltado para o entendimento dos quatro eixos principais que compõem o jornalismo da web. São eles, a linguagem, o conteúdo, as rotinas de produção e as tecnologias, aqui representadas pelas novidades em termos de plataforma e seu impacto no cotidiano do receptor.



O objetivo primordial desse trabalho é estabelecer algumas diretrizes, relacionadas aos eixos citados anteriormente, que ajudem a padronizar a produção de conteúdo jornalístico na internet. A importância disso está em aperfeiçoar a produção, formatação e veiculação de conteúdo da web, além da participação do receptor como parte integrante do processo comunicativo. Receptor este, que é a motivação central desta pesquisa.

Busca-se também descobrir as semelhanças e diferenças nos processos produtivos realizados no jornal impresso e na web, para identificar melhor quais as necessidades específicas do fazer jornalístico online.

2 OBJETIVO

Conhecer e identificar as formas mais adequadas de uso da linguagem na internet. Isto porque, é fundamental que a informação chegue ao leitor de uma forma que sua compreensão seja simples e adaptada ao formato, atendendo também as funções de entretenimento e reflexão, sem se tornar mais cansativa. Busca-se ainda apresentar as formas mais eficientes de uso das novas plataformas tecnológicas.

3 JUSTIFICATIVA

Como justificativa é possível afirmar que os meios se tornam mecanismos responsáveis pelo transporte das idéias do homem, na maioria das vezes providas de criações artísticas e construções de realidades que podem passar a existir. Quando uma idéia precisa ser transmitida pelo receptor, dependendo da situação, a mensagem considerada como chave para comunicação dessas idéias precisa ser moldada esteticamente. Um exemplo presente no cotidiano dos usuários de internet são os próprios sites de conteúdo. Se a informação simplesmente fosse publicada por um jornalista qualquer, sem ser produzida e trabalhada esteticamente, com elementos gráficos e destaque para os trechos mais importantes da notícia, provavelmente não teria nenhuma relevância. Poderia até mesmo passar despercebida por não possuir os elementos necessários que ajudam o receptor a interpretá-la.:



É difícil prever todas as utilizações e conseqüências sociais que poderão advir do desenvolvimento das novas tecnologias nos meios de comunicação, pois elas dependerão não só dos avanços da eletrônica e da informática, mas também das demandas do mercado, do poder aquisitivo das diversas camadas sociais, dos interesses sociopolíticos dos governos e outros fatores. (BORDENAVE, 1993, P.63).

Segundo Bordenave, apesar das mudanças presentes no campo da comunicação terem sido previstas há muito tempo atrás, esse mesmo modelo social continua sendo praticado e desenvolvido nos dias atuais. As empresas desenvolvem seus produtos, os governos autorizam, os meios de comunicação os divulgam para a população e os que têm condições financeiras consomem o produto de imediato. No Brasil, poucos têm condição de consumir essas informações, de modo que os que não têm condições e necessitam consumir aguardam um determinado período até que diminua a demanda pelo produto. A partir daí o preço do produto ou serviço tende a cair, possibilitando assim que essas pessoas que não o consumiram de imediato possam desfrutar daquilo que até o momento não conheciam e não puderam apalpar.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Métodos de observação das rotinas de produção dentro do jornalismo são fundamentais para obtenção de uma resposta mais precisa. Ao acompanhar o dia-a-dia do profissional jornalista, o observador tem a chance de avaliar os pontos fortes e fracos no processo de elaboração do conteúdo noticioso. É nesse momento que os desvios de foco nas mensagens jornalísticas podem ser descobertos pelo editor. Na web não basta simplesmente publicar a informação por publicar, ou seja, o ato de “copiar e colar” uma notícia pode prejudicar bastante a credibilidade da fonte que está transmitindo as informações. É preciso que um trabalho de revisão seja realizado e que seja feito uso da disposição gráfica dos elementos em uma página na internet.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Para acessar o site eweb, basta o internauta acessar o endereço provisório para público beta <http://webkrause.ourpublicsquare.com> e conhecer as suas páginas. Qualquer pessoa que se interesse pelo assunto, pode inclusive contribuir com conteúdo. O Eweb foi criado seguindo os princípios propostos pelo estudioso irlandês Tim O Reilly. Ele se dedicou a entender quais foram as características adotadas pelos sites que se sobressaíram na web 2.0. Entre as principais delas estão a inovação o, compartilhamento,



valor agregado por pessoas, efeitos de rede, inteligência coletiva e modelo de desenvolvimento e negócios.

O site é um ambiente colaborativo em formato de blog com cinco diferentes categorias básicas de conteúdo, matérias e artigos escritos por colaboradores e revisados por um conselho editorial antes de serem publicados. Essas categorias são.. linguagem, processo produtivo, tecnologia e conteúdo propriamente dito, além da editoria que visa mostrar as principais novidades da área.

O conselho editorial será formado por profissionais das áreas citadas e por editores de sites considerados de sucesso. O conselho editorial deve mudar a cada ano e o conselho atual deve indicar o conselho seguinte. O conselho será formado por 17 pessoas; cinco editores de sites, dois analistas de programação, dois designers, dois arquitetos de informação, dois analistas de SEO, dois analistas de webstandards, e dois analistas de planejamento e negócios. Além do responsável técnico do eweb para publicar os artigos aprovados no site.

6 CONSIDERAÇÕES

Os estudos dos processos produtivos do jornal e da internet apuraram que as etapas seguidas são as mesmas. O critério adotado é uma relação proporcional entre a intensidade do fato e a relevância dele para o público. Por sua vez, as entrevistas feitas com profissionais que trabalham diretamente com webjornalismo, indicaram como considerações importantes, no que diz respeito a alteração das mensagens por meio das tecnologias, que estas podem ser responsáveis por mudanças no conteúdo da mensagem e que a relação entre conteúdo e credibilidade da mensagem jornalística na web é determinada pelo processo de apuração das informações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALZAMORA, Geane. **A semiose da informação webjornalística**. In: BRASIL, André et al. *Cultura em fluxo: novas mediações em rede*. Belo Horizonte: Editora PUC Minas, 2004



AMSTEL, Frederico V. **Teorias de interação humano computador**. Disponível em: http://www.usabilidoido.com.br/teorias_de_interacao_humano-computador.html/. Acesso em 18 de maio de 2009.

BARBOSA, S. **Jornalismo digital e a informação de proximidade: o caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o iBahia**. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=barbosa-suzana-portaismestrado.html> Acesso em 28 maio 2009

BAUER, Martin W...GASKELL, George **Pesquisa quantitativa com texto, imagem e som Um manual prático**, 3. Ed. Petrópolis:Vozes ,2004

CANCLINI,Nestor G. **Leitores, espectadores e internautas**. 1. ed. São Paulo: Luminuras, 2003

CARDOSO, Gustavo Alberto Leitão Seabra. **A mídia na sociedade em rede**. 1. Ed. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

CETIC, **Comitê Gestor da internet no Brasil** Disponível em... <Http://www.Cetic.Br/>. Acesso em... 29 de maio de 2009.

CHALABY, Jean. **O Jornalismo como invenção anglo-americana – Comparação entre o desenvolvimento do jornalismo francês e anglo-americano**. Revista Media & Jornalismo, Coimbra, v.1, n.3, p. 29-50, Nov. 2003.

DÍAZ BORDENAVE, Juan E. **Além dos meios e mensagens: introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência**. 4. Ed. Petropolis: Vozes, 1987

DIZARD, Wilson P... DIZARD, JR Wilson P.... EDMOND, Jorge: QUEIROGA, Tony. **A nova mídia**. 1. Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar editor Ltda, 2000.

ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em Jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário**. 5ª ed. São Paulo: Ática, 1991.

FERRARI, Pollyana; MARTÍNEZ, Adriana González. **Hipertexto hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. 1. Ed. São Paulo: Contexto, 2007

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. 3. Ed. São Paulo: Contexto, 2003.